

PROSES HIRARKI ANALISIS (PHA)

DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MULTIKRITERIA

Oleh: D.Dwi Puji Hastuti

NIM. 05305144008

ABSTRAK

Pengambilan keputusan untuk memecahkan masalah kompleks yaitu masalah yang multiobjektif dan multikriteria tidaklah mudah. Hal ini dikarenakan banyak terdapat kriteria yang berperan dalam persoalan tersebut. Apabila terdapat beberapa kriteria penilaian, proses pemilihan kriteria mana yang paling berperan untuk mengoptimalkan tujuan bukanlah suatu hal yang mudah dilakukan. Apalagi pada proses pengambilan keputusan penilaian dilakukan tidak hanya oleh satu orang ahli akan tetapi oleh beberapa pihak yang berkompeten dalam pengambilan keputusan. Dalam skripsi ini, akan dibahas pengambilan keputusan multikriteria dengan menggunakan metode Proses Hirarki Analisis (PHA) dan penerapan metode tersebut untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan permintaan minyak goreng filma dari PT. Interimas Tata Trading.

PHA menggunakan model hirarki yang terdiri dari tujuan, kriteria dan beberapa subkriteria serta alternatif untuk masing-masing permasalahan atau keputusan. PHA didasarkan atas empat prinsip dasar yaitu dekomposisi (*decomposition*), penilaian kriteria dan alternatif (*comparative judgements*), penentuan prioritas (*synthesis of priority*) dan konsistensi logis. PHA memperhitungkan pembobotan setiap kriteria secara konsisten sehingga dapat diketahui kriteria mana yang berperan untuk mengoptimalkan tujuan. Pembobotan kriteria pada PHA dilakukan dengan menggunakan matriks perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*). Pembobotan dapat dilakukan dengan syarat matriks perbandingan konsisten. Matriks perbandingan akan konsisten apabila aturan transitivitas dan resiprokal terpenuhi.

Strategi pemasaran pada PT. Interimas Tata Trading dianalisis menggunakan PHA. Hasil yang diperoleh dari pembobotan alternatif strategi pemasaran yang ada dengan menggunakan metode PHA dan proses pengolahannya dibantu dengan *software Expert Choice version 9.0* adalah mengadakan promosi penjualan dengan nilai bobot prioritas terbesar yaitu 0,248 (24,8%) dan urutan program kerja untuk strategi tersebut adalah pemberian bonus sebesar 0,121 (12,1%), pemberian kupon sebesar 0,057 (5,7%), pemberian sampel sebesar 0,045 (4,5%), dan pemberian jaminan produk sebesar 0,025 (2,5%).